

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori *Firm Survival***

Teori *firm survival* dalam jurnal yang berjudul “*dominant design and the survival of firms*” oleh Suarez dan Utterback (1995) dalam Herman (2011), menjelaskan lingkungan yang kompetitif dalam industri dan kemampuan bertahan perusahaan. Lamanya sebuah perusahaan bertahan dalam industri sejak lama telah menjadi perhatian dan tujuan para akademisi. Kemampuan perusahaan bertahan telah dipelajari melalui beberapa penelitian dalam *business cycles* dan analisa industri, kemampuan bertahan perusahaan dipelajari lebih sistematis dari sisi ekologi populasi dan strategi.

*Domaint design* adalah konsep keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan secara *de facto* menjadi sebuah standar dalam industri yang menjadi acuan. Secara umum *domaint design* terjadi dalam hal teknologi, namun selain itu juga terjadi dalam hal sistem, keorganisasian dan strategi bisnis.

##### **2.1.2 Teori Organisasi Perilaku (*The Behaviour Theory Of Organization*)**

Teori organisasi perilaku (*the behaviour theory of organization*) adalah suatu teori yang memandang organisasi dari segi perilaku anggota organisasi. Setiap anggota mempunyai watak, temperamen, cita-cita, dan keinginan yang berbeda-beda. Perilaku ini pada awalnya berorientasi pada

diri sendiri, akan tetapi karena pada dasarnya manusia tidak dapat hidup sendiri, selalu hidup dalam kelompok, perilaku mereka berkembang menjadi apa yang dinamakan perilaku organisasi (*behaviour organization*). Oleh karena itu, teori ini berpendapat bahwa baik atau tidaknya, berhasil atau tidaknya organisasi mencapai sasaran yang telah ditetapkan adalah tergantung dari perilaku atau sikap kelakuan (*behaviour*) dari para anggotanya.

### **2.1.3 Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari *praktik* bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer.

Pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literatur akuntansi disebut dengan *Agency Theory* (teori keagenan). Teori ini merupakan salah satu teori yang muncul dalam perkembangan riset akuntansi yang merupakan modifikasi dari perkembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antara pemegang saham/pemilik dan manajemen/manajer. Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan.

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut. Hubungan antara *principal* dan *agent* dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena *agent* berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan *principal*.

Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, *agent* dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba. Adanya asimetri informasi ini menyebabkan kemungkinan munculnya konflik antara pihak *principal* dan *agent*.

Eisenhardt (1989) mengemukakan tiga asumsi sifat dasar manusia yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk adverse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut menyebabkan bahwa informasi yang dihasilkan manusia untuk manusia

lain selalu dipertanyakan reliabilitasnya dan dapat dipercaya atau tidaknya informasi yang disampaikan.

Asimetri informasi ini juga pada akhirnya dapat memberikan kesempatan bagi para manajer untuk melakukan manajemen laba sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan pribadinya.

Isnanta (2008) menyatakan bahwa teori keagenan mendeskripsikan pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Untuk itu manajemen diberikan sebagian kekuasaan untuk membuat keputusan bagi kepentingan terbaik pemegang saham. Oleh karena itu, manajemen wajib mempertanggungjawabkan semua upayanya kepada pemegang saham.

Unit analisis dalam teori keagenan adalah kontrak yang melandasi hubungan antara prinsipal dan agen, maka fokus dari teori ini adalah pada penentuan kontrak yang paling efisien yang mendasari hubungan antara prinsipal dan agen. Untuk memotivasi agen maka prinsipal merancang suatu kontrak agar dapat mengakomodasi kepentingan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak keagenan.

Kontrak yang efisien adalah kontrak yang memenuhi dua faktor, yaitu:

1. Agen dan prinsipal memiliki informasi yang simetris artinya baik agen maupun majikan memiliki kualitas dan jumlah informasi yang sama

sehingga tidak terdapat informasi tersembunyi yang dapat digunakan untuk keuntungan dirinya sendiri.

2. Risiko yang dipikul agen berkaitan dengan imbal jasanya adalah kecil yang berarti agen mempunyai kepastian yang tinggi mengenai imbalan yang diterimanya.

Pada kenyataannya informasi simetris itu tidak pernah terjadi, karena manajer berada didalam perusahaan sehingga manajer mempunyai banyak informasi mengenai perusahaan, sedangkan prinsipal sangat jarang atau bahkan tidak pernah datang ke perusahaan sehingga informasi yang diperoleh sangat sedikit. Hal ini menyebabkan kontrak efisien tidak pernah terlaksana sehingga hubungan agen dan prinsipal selalu dilandasi oleh asimetri informasi. Agen sebagai pengendali perusahaan pasti memiliki informasi yang lebih baik dan lebih banyak dibandingkan dengan prinsipal.

Di samping itu, karena verifikasi sangat sulit dilakukan, maka tindakan agen pun sangat sulit untuk diamati. Dengan demikian, membuka peluang agen untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri dengan melakukan tindakan yang tidak semestinya atau sering disebut *disfunctional behaviour*, dimana tindakan ini dapat merugikan prinsipal, baik memanfaatkan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi, maupun perekrutannya kinerja perusahaan.

## 2.2 Perusahaan

Perusahaan atau istilah Inggrisnya *eterprise* terdiri dari satu atau lebih unit-unit usaha yang disebut pabrik atau *bedriff* (bahasa Belanda). Pengertian perusahaan disini maksudnya suatu lembaga yang diorganisasikan dan dijalankan untuk menyediakan barang atau jasa untuk masyarakat dengan motif atau insentif keuntungan. Selain sebagai suatu lembaga, perusahaan juga merupakan suatu wadah yang diorganisasikan, didirikan dan diterima dalam tata kehidupan masyarakat. Para pengusaha harus berani menanggung risiko. Artinya, sebagai tujuan bersama dari setiap perusahaan adalah berusaha memperoleh laba berdasarkan rentabilitas.

Terdapat tiga jenis perusahaan yang beroperasi untuk menghasilkan laba, yaitu: perusahaan manufaktur (*manufacturing*), perusahaan dagang (*merchandising*), dan perusahaan jasa (*service*). Setiap jenis perusahaan ini mempunyai ciri-ciri masing-masing, yaitu:

1. **Perusahaan manufaktur (*manufacturing business*):** mengubah input dasar menjadi produk yang dijual kepada masing-masing pelanggan. Contoh perusahaan manufaktur: Honda, Intel, Nike, Sony, dan lainnya.
2. **Perusahaan dagang (*merchandising business*):** menjual produk ke pelanggan, namun produknya tidak diproduksi sendiri, melainkan membelinya dari perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan dagang mempertemukan produk dengan pembeli. Contoh perusahaan dagang: Electronic City, Amazon.com, dan lainnya.

- 3. Perusahaan jasa (*services business*):** menghasilkan jasa dan bukan barang atau produk untuk pelanggan. Contoh perusahaan jasa: Garuda Indonesia, Telkomsel, dan lainnya.

### **2.3 Laporan Keuangan (*Financial Statement*)**

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi dalam selama satu periode akuntansi.

Menurut PSAK No. 1 Tahun 2009, laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal (yang dapat disajikan dalam berbagai cara seperti laporan arus kas), catatan atas laporan keuangan, dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan.

Laporan dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya oleh para pemilik perusahaan.

PSAK No. 1 Tahun 2009 menyebutkan bahwa tujuan laporan keuangan untuk tujuan umum adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atau penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, suatu laporan keuangan menyajikan informasi mengenai perusahaan yang meliputi aktiva, liabilitas, ekuitas, pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian, serta arus kas.

Informasi di atas beserta informasi lainnya yang terdapat dalam Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK) membantu pengguna laporan keuangan dalam memprediksi arus kas masa depan, khususnya dalam hal waktu penyajiannya, kewajiban dan kepastian.

#### **2.4 Laba**

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) mengartikan penghasilan bersih atau laba sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar ukuran yang lainnya. Unsur yang langsung berkaitan dengan laba adalah penghasilan dan beban.

Penghasilan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Beban adalah penurunan manfaat ekonomis selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus kas keluar atau berkurangnya aset atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Laba didefinisikan sebagai perbedaan antara pendapatan yang direalisasikan dari transaksi-transaksi yang terjadi selama satu periode



dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut (Harahap, 2008:305).

## **2.5 IPO (*Initial Public Offering*)**

Proses penawaran umum adalah penawaran efek dengan menggunakan media massa, atau ditawarkan kepada lebih dari 100 pihak atau telah dijual kepada 50 pihak. Manajemen perusahaan menetapkan rencana mencari dan melalui *go public*. Menurut UU No. 8 Tahun 1995, penawaran umum (emisi/ *go public*/ *Initial Public Offering* (IPO)) adalah kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat berdasarkan tatacara yang diatur dalam UU pasar.

IPO disebut dengan penawaran primer ketika saham baru dijual untuk menggalang kas tambahan untuk perusahaan. IPO disebut penawaran sekunder ketika pendiri perusahaan dan pemodal ventura menguangkan sebagian keuntungannya dengan menjual saham. Jadi penawaran sekunder itu tidak lebih dari penjualan saham dari investor awal perusahaan kepada investor baru, dan kas yang digalang dalam penawaran kedua tidak mengalir ke perusahaan.

Likuiditas merupakan aspek penting dari surat berharga yang diperdagangkan di pasar sekunder. Likuiditas mengacu pada kemudahan yang keamanan dapat dijual tanpa kehilangan nilai. Efek dengan pasar sekunder yang aktif berarti bahwa ada banyak pembeli dan penjual pada suatu titik waktu tertentu.

Investor mendapatkan keuntungan dari dicairkan karena mereka bisa menjual aset mereka kapan pun mereka inginkan, sebuah keamanan tidak likuid dapat memaksa penjual untuk menyingkirkan aset mereka dengan diskon besar.

Demi menciptakan sinyal positif tentang emiten manajemen termotivasi untuk melakukan *earnings management* melalui *discretionary accruals*. Dimana laba akan ditingkatkan menjelang IPO, meningkat tajam pada saat IPO, dan akan meurun pasca-IPO. Sehingga ini akan memperlihatkan penurunan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan.

### **2.5.1 Manfaat Penawaran Umum (IPO)**

Penawaran umum (IPO) memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Memperoleh sumber pendanaan baru.
2. Memberikan *competitive advantage* untuk pengembangan usaha.

Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan akan memperoleh banyak *competitive advantages* untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang, yaitu antara lain: melalui penjualan saham kepada publik perusahaan berkesempatan untuk mengajak para *partner* kerjanya sebagai pemasok (*supplier*) dan pembeli (*buyer*) untuk turut menjadi pemegang saham perusahaan. Dengan demikian, hubungan yang akan terjadi tidak hanya hubungan sebatas bisnis tetapi berkembang menjadi hubungan yang lebih tinggi tingkat kualitas dan loyalitasnya.

3. Melakukan merger atau akuisisi perusahaan lain.
4. Peningkatan kemampuan *going concern*. Kemampuan *going concern* bagi perusahaan adalah kemampuan untuk tetap dapat bertahan dalam kondisi apapun termasuk dalam kondisi yang dapat mengakibatkan bangkrutnya perusahaan seperti terjadinya kegagalan pembayaran hutang kepada pihak ketiga, pepecahan diantara pemegang saham pendiri, atau bahkan karena adanya perubahan dinamika pasar yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk tetap dapat bertahan di bidang usahanya.
5. Meningkatkan citra perusahaan.
6. Meningkatkan nilai perusahaan.

## 2.6 Manajemen Laba (*Earnings Management*)

Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai “intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi. Copeland mendefinisikan manajemen laba sebagai, “*some ability to increase or decrease reported net income at will*”. Ini berarti bahwa manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimumkan atau meminimumkan laba, termasuk perataan laba sesuai dengan keinginan manajemen.

Manajemen laba diduga muncul atau dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan.

### 2.6.1 Pengertian Manajemen Laba Menurut Para Ahli

1. Pengertian manajemen laba menurut Rahmawati *et al.* (2006) yang menyatakan bahwa manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal, untuk memperoleh beberapa keuntungan privat (sebagai lawan untuk memudahkan operasi yang netral dari proses tersebut).
2. Pengertian manajemen laba menurut Assih dan Gudono (2000), manajemen laba adalah suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan *General Addopted Accounting Principles* (GAAP) untuk mengarah pada tingkatan laba yang dilaporkan.
3. Pengertian manajemen laba menurut Fischer dan Rozenzweig (1995) dalam Joni (2008), manajemen laba adalah tindakan manajer yang menaikkan (menurunkan) laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi tanggung jawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.
4. Pengertian manajemen laba menurut Healy dan Wallen (1999), manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan *judgement* dalam laporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk mengubah laporan keuangan, sehingga menyesatkan *stakeholders* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi

hasil yang berhubungan dengan kontrak yang bergantung pada angka akuntansi.

5. Scott (2003) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut  
*“Given that managers can choose accounting policies from a set (for example, GAAP), it is natural to expect that they will choose policies so as to maximize their own utility and/or the market value of the firm”.*

Dari definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan.

### **2.6.2 Pola Management Laba**

Menurut Scott (2003) manajemen laba dilakukan dengan pola sebagai berikut :

#### **1. *Taking a bath***

Pola manajemen laba yang melaporkan laba pada periode berjalan dengan nilai yang sangat rendah atau sangat tinggi.

#### **2. *Income minimization***

Pola manajemen ini seperti *taking a bath* tapi tidak se-ekstrim pola *taking a bath*. Menjadikan laba di periode berjalan lebih rendah dari pada laba sesungguhnya.

### **3. *Income maximization***

Pola manajemen laba ini berkebalikan dengan *income minimization*. Melaporkan laba lebih tinggi dari pada laba sesungguhnya.

### **4. *Income smoothing***

Pola manajemen laba yang paling menarik yaitu dengan cara melaporkan tingkatan laba yang cenderung berfluktualisasi yang normal pada periode-periode tertentu.

## **2.6.3 Terjadinya Manajemen Laba**

Menurut Ma'aruf (2006), manajemen laba dapat dilakukan oleh manajer dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Manajer dapat menentukan kapan waktu akan melakukan manajemen laba melalui kebijakannya. Hal ini biasanya berkaitan dengan segala aktivitas yang dapat mempengaruhi aliran kas dan juga keuntungan yang secara pribadi merupakan wewenang dari para manajer.
2. Keputusan manajer untuk menerapkan suatu kebijakan akuntansi yang wajib diterapkan oleh suatu perusahaan.
3. Upaya manajer untuk mengganti atau merubah suatu metode akuntansi tertentu dari sekian banyak metode yang dapat dipilih yang tersedia dan diakui oleh badan akuntansi yang ada.

#### **2.6.4 Faktor-faktor Pendorong Manajemen Laba.**

Dalam *Positif Accounting Theory* terdapat tiga faktor pendorong yang melatar belakangi terjadinya manajemen laba, yaitu:

##### **1. *Bonus Plan Hypothesis***

Manajemen akan memilih metode akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan laba lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan.

##### **2. *Debt Covenant Hypothesis***

Manajer perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian kredit cenderung memilih metode akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba (Rahmawati dkk, 2006). Hal ini untuk menjaga reputasi mereka dalam pandangan pihak eksternal.

##### **3. *Political Cost Hypothesis***

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan, misalnya: mengenakan peraturan *antitrust*, menaikkan pajak pendapatan perusahaan, dan lain-lain.

### 2.6.5 Motivasi Tindakan Manajemen Laba

Manajer perusahaan memiliki motivasi-motivasi tertentu dalam memanipulasi data keuangan perusahaan. Scott (2003) menemukan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba, yaitu:

#### 1. *Bonus purposes*

Manajer akan melakukan tindakan oportunistik dengan memaksimalkan laba saat ini untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadi.

#### 2. *Political motivation*

Banyak perusahaan memiliki politik yang terlihat. Terutama untuk perusahaan yang menaungi hajat hidup banyak orang seperti perusahaan minyak, gas, dll. Beberapa perusahaan melakukan *earnings management* untuk mengurangi visibilitasnya.

#### 3. *Taxation motivation*

Pajak pendapatan mungkin motivasi yang paling nyata dari manajemen laba. Otoritas perpajakan cenderung memaksakan peraturan akuntansi mereka dalam menghitung pajak pendapatan, mengurangi ruang lingkup perusahaan untuk melakukan *manuver*.

#### 4. **Perubahan CEO**

Beberapa dari motivasi manajemen laba ada pada saat adanya perubahan CEO. Hipotesis perencanaan bonus memprediksikan bahwa pengunduran diri CEO akan beberapa



terlibat dalam strategi maksimalisasi laba untuk meningkatkan bonus mereka.

### **5. IPO (*Initial Public Offering*)**

Perusahaan yang akan melakukan IPO belum memiliki nilai pasar yang telah terbangun. Dan memungkinkan manajer dari perusahaan *go public* akan melakukan manajemen laba untuk menaikkan harga saham mereka.

### **6. Informasi kepada investor**

Manajemen tipikalnya akan memberikan informasi yang terbaik tentang prospek laba masa depan kepada investor. Dengan memberikan estimasi yang baik pada kekuatan laba maka dapat meningkatkan nilai pasar saham.

#### **2.6.6 Pendekatan-pendekatan Untuk Mengukur *Earnings Management***

Pendekatan yang paling banyak digunakan dalam meneliti ada tidaknya *earnings management* ialah pendekatan berbasis *accruals* yang dikembangkan oleh DeAngelo (1986) dan Jones (1991). Pendekatan ini mencoba mengaitkan *earnings management* dengan mengukur *discretionary accruals*. Gumanti (2003) mendefenisikan *discretionary accruals* sebagai hasil pengurangan *total accruals* dengan *non discretionary accruals*.

Dalam perkembangannya banyak metode yang digunakan oleh para peneliti untuk mengukur *total accrual* dan *non discretionary accruals* seperti yang dilakukan oleh Dechow (1996) hingga *industry*

*adjusted model* yang dilakukan oleh Amin (2007). Namun demikian, ketika pendekatan ini diterapkan pada perusahaan yang memiliki performa keuangan yang ekstrim, semua model mengalami ketidakakuratan perhitungan atau *misspecified test* (Dechow et al., 1995:223) dan kesalahan perhitungan dalam pengukuran *discretionary accruals* adalah hal-hal yang cukup riskan dalam pendekatan ini (Holland dan Ramsay, 2003).

Kemudian pendekatan lainnya dalam indikasi *earnings management* dapat diketahui dengan cara membandingkan distribusi dari *earnings* yang distandarisasi dengan *total asset* tahun sebelumnya dengan *net cash flow operation* yang juga distandarisasi dengan *total asset* tahun sebelumnya dan keduanya dibandingkan dengan *earnings* dan *net cash flow operation* pada periode *benchmarks*-nya.

Pendekatan yang digunakan oleh Irawan dan Gumanti (2008) dan Holland dan Ramsay (2003), yaitu dengan mencoba mengamati level, perubahan, dan pertumbuhan dari *net income after tax* dan *cashflow from operation* yang distandarisasi dengan *total asset* tahun sebelumnya untuk mendeteksi indikasi *earnings management* yang dilakukan perusahaan untuk disesuaikan dengan pedoman keuntungan yang ditetapkan, dalam hal ini asumsi yang digunakan peneliti sejalan dengan Jain dan Kini (1994) yakni menggunakan tahun paling akhir dari laporan keuangan lengkap tahunan (prospektus) sebagai patokan

(*benchmarks*) dalam menjelaskan performa keuangan dari perusahaan yang IPO.

Joni dan Jogianto (2008) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontak utang, dan *political costs* (*Opportunistic Earnings Management*). Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting* (*Efficient Earnings Management*), dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak.

Emiten mencari Profesi Penunjang dan Lembaga Penunjang untuk membantu menyiapkan kelengkapan dokumen, seperti Penjamin Emisi (*underwriter*), auditor independen, notaris, konsultan hukum, perusahaan penilai, Wali amanat, *guarantor*, Biro Administrasi Efek (BAE), *cuastadion*, dan lembaga lainnya.

Nelson *et al.* (2000) meneliti praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen di Amerika Serikat dan mengidentifikasi penyebab auditor membiarkan manajemen laba tanpa dikoreksi. Namun, Aharoni *et al.* tidak menemukan bukti yang kuat adanya *earnings management*.

Di Indonesia, Gumanti (1996) dalam Joni dan Jogianto (2008) melakukan penelitian terhadap perusahaan yang *go public* antara periode Juli 1991 dan Desember 1994 untuk menyelidiki indikasi *earnings management*. Hasilnya tidak ditemukan bukti kuat adanya *earnings management* sebelum *go public*. Gumanti (2001) melakukan penelitian *earnings management* lanjutan, kali ini pada perusahaan yang *go public* pada periode 1995 hingga 1997. Hasilnya *earnings management* terbukti ada pada periode dua tahun sebelum perusahaan *go public*.

Penelitian yang dilakukan Aminul Amin (2007) menyatakan Perusahaan yang melaksanakan IPO terindikasi melakukan kebijakan *earnings management* beberapa tahun sebelum pelaksanaan IPO dengan cara memainkan komponen-komponen *accruals*. Temuan ini sejalan dengan Gumanti (2001); Setiawati (2002); Ihalaui dan Afni (2002); dan bertentangan dengan temuan Tiono (2004), bahwa *earnings management* pada periode satu tahun setelah IPO tidak terbukti adanya kebijakan *earnings management*. Namun secara umum perusahaan terbukti kuat melakukan *earnings management* baik periode sebelum IPO maupun periode setelah IPO.

Manajemen harus menjelaskan kondisi perusahaan secara menyeluruh sebelum menawarkan sahamnya. Hal ini dilakukan dengan menerbitkan prospektus perusahaan yang di dalamnya terdapat informasi menyeluruh tentang perusahaan mulai dari penawaran umum, kegiatan dan prospek perusahaan, sudut pandang hukum tentang perusahaan, laporan

keuangan lengkap perusahaan, hingga penyebarluasan prospektus dan formulir pemesanan saham.

Manajemen melakukan manipulasi dengan menggunakan *discretionary accruals*, yaitu kebijakan akuntansi yang memberikan keleluasaan pada manajemen untuk menentukan jumlah transaksi akrual secara fleksibel. Dalam penelitian ini, akrual diskresioner merupakan proksi dari tindakan manajemen laba. Adapun akrual diskresioner dapat timbul dalam bentuk total akrual (*total accrual earning management/TAEM*) dan modal kerja akrual (*working capital accrual earning management/WCEM*).

Pada dasarnya, definisi operasional dari manajemen laba adalah potensi penggunaan manajemen akrual dengan tujuan memperoleh keuntungan pribadi.

Pendekatan umum untuk mengestimasi akrual pilihan adalah dengan meregresikan total akrual dari variabel-variabel yang merupakan wakil dari akrual normal. Akrual yang tidak diharapkan atau akrual pilihan dianggap sebagai komponen yang tidak dapat dijelaskan (residual) dari total akrual.

Penelitian yang dilakukan oleh Niken dan Sylvia (2007) menunjukkan bahwa praktik manajemen laba hanya berhubungan positif dengan total akrual diskresioner dan berhubungan negatif dengan modal kerja akrual diskresioner (ditolak).

## 2.7 AkruaI (*Accrual*)

Akrual secara teknis merupakan selisih laba dengan kas. Pengertian konseptual agak susah dicari karena laba sendiri hanya didefinisi secara teknis dalam standar akuntansi, yaitu sebagai hasil pendapatan dikurangi biaya.

Akrual muncul karena aturan-aturan akuntansi seperti depresiasi, cadangan kerugian, dan sebagainya. Keputusan mengenai aturan akuntansi tersebut tentu saja dibuat oleh manajemen. Diskresioner berarti kebijakan sehingga akrual diskresioner berarti akrual yang timbul akibat kebijakan manajemen.

Secara umum, walaupun diputuskan oleh manajemen, akrual terikat dengan fenomena ekonomik perusahaan. Namun demikian, ada kalanya manajemen membuat keputusan terkait akrual yang tidak sesuai dengan fenomena ekonomik perusahaan.

Contohnya, kasus Luscent Technologies. Luscent membuat biaya kerugian piutang sebesar \$192 juta pada kuartal pertama 2002. Padahal untuk kuartal yang sama tahun sebelumnya (2001), biaya kerugian piutang Luscent sebesar \$750 juta. Dengan kondisi perekonomian yang cenderung memburuk, tampak aneh bila (cadangan) kerugian piutang Luscent justru mengecil secara signifikan dari \$750 juta ke \$192 juta. Inilah yang disebut akrual diskresioner, yaitu akrual yang tidak memiliki hubungan dengan fenomena ekonomik perusahaan dan tampaknya muncul dari kebijakan manajemen.

Secara operasional dalam riset akuntansi, akrual diskresioner merupakan *error term* yang muncul dalam persamaan akrual total. Akrual total adalah seluruh akrual yang timbul (laba dikurangi kas) dalam satu periode waktu. Total akrual dapat dikategori dalam 2 kelompok: nondiskresioner dan diskresioner.

Akrual nondiskresioner adalah bagian akrual yang variasinya dapat dijelaskan oleh variasi fenomena ekonomik perusahaan. Ketika aset makin besar maka akrual terkait aset (depresiasi) juga akan makin besar. Porsi inilah yang dimaksud dengan akrual diskresioner. Bila anda menggunakan model Jones (1991), misalnya, maka ada 3 fenomena ekonomik yang dianggap berpengaruh pada akrual nondiskresioner yaitu aset, perubahan pendapatan, dan *property, plant, and equipment* (PPE).

Sebelum itu, istilah “model” di sini perlu memperoleh catatan tersendiri. Model adalah penyederhanaan suatu fenomena dan oleh karenanya, memiliki peluang cukup besar untuk tidak sempurna. Bisa jadi, akrual diskresioner yang kita peroleh dari model sebenarnya masih terkait dengan fenomena ekonomik, namun tidak tertangkap dengan baik secara statistik. Oleh karenanya, akrual diskresioner dalam artian operasional tidak memiliki arti khusus kecuali bahwa itu merupakan bagian akrual yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

## **2.8 Asimetri Informasi (*Information Asymmetry*)**

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang

dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan.

Laporan keuangan dimaksudkan untuk digunakan oleh berbagai pihak, termasuk manajemen perusahaan itu sendiri. Namun yang paling berkepentingan dengan laporan keuangan sebenarnya adalah para pengguna eksternal (diluar manajemen). Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna eksternal terutama sekali karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya (Ali, 2002).

Para pengguna internal (para manajemen) memiliki kontak langsung dengan entitas atau perusahaannya dan mengetahui peristiwa-peristiwa signifikan yang terjadi, sehingga tingkat ketergantungannya terhadap informasi akuntansi tidak sebesar para pengguna eksternal.

Situasi ini akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*). Yaitu suatu kondisi di mana ada ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*).



### 2.8.1 Macam-macam Asimetri Informasi

Menurut Scott (2000), terdapat dua macam asimetri informasi yaitu:

1. *Adverse selection*, yaitu bahwa para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan dibandingkan investor pihak luar. Dan fakta yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh pemegang saham tersebut tidak disampaikan informasinya kepada pemegang saham.
2. *Moral hazard*, yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Sehingga manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

Adanya asimetri informasi memungkinkan adanya konflik yang terjadi antara *principal* dan *agent* untuk saling mencoba memanfaatkan pihak lain untuk kepentingan sendiri.

### 2.9 Penelitian-penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian terdahulu**

No	Penulis	Judul	Hasil
1.	Dedhy Sulistiawan, 2004	Fenomena Penawaran Saham Perdana Saham di Indonesia	Berbagai hasil survey dan penelitian tentang harga IPO dan pergerakan harga saham di pasar sekunder setelah IPO, memberikan hasil bahwa ada kecenderungan harga penawaran

			perdana adalah <i>undervalued</i> . Sehingga harga tersebut cenderung akan naik untuk menyelaraskan nilai wajarnya.
2.	Aminul Amin, 2007	Pendeteksian <i>Earnings Management, Underpricing</i> dan Pengukuran Kinerja Perusahaan yang Melakukan Kebijakan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) Di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perusahaan yang melaksanakan IPO terindikasi melakukan kebijakan <i>earnings management</i> tiga tahun sebelum pelaksanaan IPO dan tiga tahun setelah pelaksanaan IPO dengan cara memainkan komponen-komponen <i>accruals</i>.</li> <li>- Perusahaan yang melaksanakan IPO mengalami <i>underpricing</i> pada hari pertama ketika saham diperdagangkan di pasar sekunder (pasar modal).</li> <li>- Perusahaan yang melaksanakan IPO mengalami penurunan kinerja keuangan dan kinerja saham dalam jangka panjang (satu atau beberapa tahun) setelah IPO.</li> </ul>
3.	Andri Rachmawati, 2007	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas laba yang diukur dengan <i>discretionary accrual</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- IOS berpengaruh positif terhadap <i>discretionary accrual</i> sehingga bisa dikatakan IOS yang meningkat dapat membuat kualitas laba menurun. IOS berpengaruh positif dengan nilai.</li> <li>- Keberadaan komite audit dan komposisi independen tidak berpengaruh terhadap <i>discretionary accrual</i> (kualitas laba).</li> <li>- Keberadaan komite audit dan komposisi komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kualitas laba (<i>discretionary accrual</i>) tetapi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Variabel kontrol: ukuran KAP berpengaruh negatif (positif) terhadap <i>discretionary accrual</i> (kualitas laba)</li> </ul>

			tetapi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Moh. Adi Irawan dan Tatang Ary, Gumanti, M.Bus.Acc., Ph.D., 2009	Indikasi <i>Earnings Management</i> pada <i>Initial Public Offering</i>	Indikasi <i>earnings management</i> tidak terbukti dilakukan oleh manajemen pada periode sebelum maupun sesudah <i>go public</i> .
5.	Niken Astria Sakina Kusuma Wardhani dan Sylvia Veronica Siregar, 2009	Fenomena Manajemen Laba Menjelang IPO dan Kaitannya dengan Nilai Perusahaan Perdana serta Kinerja Perusahaan Pasca-IPO: Studi Empiris pada Perusahaan yang IPO Di Indonesia Tahun 2000-2003.	Penelitian ini menemukan indikasi bahwa tindakan manajemen laba dilakukan perusahaan pada saat sebelum IPO.
6.	Joni Jogiyanto H.M, 2009	Hubungan Manajemen Laba Sebelum IPO dan Return Saham dengan Kecerdasan Investor sebagai Variabel Pemoderasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peneliti berhasil menemukan manajemen laba di sekitar IPO, yaitu periode dua tahun sebelum IPO dan lima tahun setelah IPO.</li> <li>- Peneliti juga menemukan bahwa manajemen laba sebelum IPO berhubungan dengan return saham dengan menggunakan kecerdasan investor sebagai variabel pemoderasi.</li> </ul>
7.	Mu. Arief Ujiyanto, 2010	Asimetri Informasi dan Manajemen Laba: Suatu Tinjauan dalam Hubungan Keagenan	Adanya asimetri antara manajemen ( <i>agent</i> dengan pemilik ( <i>principal</i> yang memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba ( <i>earnings management</i> ) dalam rangka <i>utilitynya</i> .
8	Herman, 2011	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen	Nilai penawaran saham ( <i>proceeds</i> ) perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

		Laba Pada Perusahaan yang Melakukan <i>Initial Public</i> <i>Offering (IPO)</i> Di Bursa Efek Indonesia.	
--	--	--	--

## 2.10 Pandangan Islam Tentang *Earnings Management*

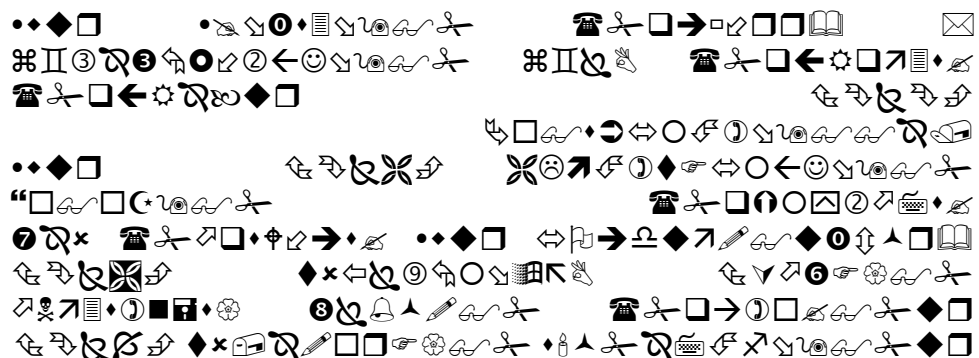
Akuntansi Islam berlandaskan pada akhlak yang baik oleh karenanya seorang akuntan bertanggung jawab melaporkan semua transaksi dengan benar, jujur, profesional serta teliti sesuai dengan syariat Islam. Seorang akuntan ketika membuat catatan, penelitian, atau membuat laporan, harus memastikan apakah perputaran uang itu sudah berjalan sesuai dengan hukum Allah. Ia tidak boleh begitu saja menuruti keinginan si pemilik harta, yang akan menimbulkan kemarahan Allah karena memalsu keterangan, atau hanya untuk meraih duniawi.

Kemudian, dijelaskan bahwa seorang akuntan harus memiliki karakter baik, jujur, adil, bertanggung jawab dan dapat dipercaya, sebagaimana firman Allah swt dalam surah An-nisa ayat 135:

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan”.

Dalam surat Asy-Syu`ara ayat 181-184, dalam bertransaksi, harus di ukur secara adil tidak boleh dilebihkan dan tidak boleh dikurangi.



Artinya:

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, Dan janganlah kamu merugikan manusia pada haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan, dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang dahulu.”

Kita harus menyempurnakan pengukuran di atas bentuk pos-pos yang disajikan dalam neraca, dalam surat Al-Isra` ayat 35 :



Artinya:

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

## 2.11 Hipotesis

Perusahaan yang akan melakukan IPO akan cenderung melakukan *earnings management*. Hal ini bertujuan untuk memberi gambaran yang positif mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan yang akan melakukan IPO. Dengan terciptanya gambaran positif, maka perusahaan akan memperoleh calon investor yang banyak sehingga perusahaan dapat memaksimalkan laba.

Manajemen laba adalah campur tangan manajemen dalam proses pelaporan keuangan dengan tujuan untuk menguntungkan dirinya sendiri (manajer). Manajemen laba akan menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba pada laporan keuangan hasil rekayasa tersebut. Maksud dari menambah bias laporan keuangan adalah bahwa laporan tersebut menggunakan metode-metode akuntansi tertentu sehingga timbul laporan-laporan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan investor atau keinginan manajer.

Penelitian terdahulu juga menemukan adanya indikasi *earnings management* yang dilakukan manajer perusahaan menjelang IPO. Proksi dari tindakan *earnings management* dalam penelitian ini adalah akrual diskresionari (*discretionary accruals*) seperti pada penelitian Niken dan Silvya (2009) serta Amin (2007).

Penelitian yang dilakukan Amin (2007) mendeteksi bahwa perusahaan yang melaksanakan IPO terindikasi melakukan kebijakan

*earnings management* tiga tahun sebelum pelaksanaan IPO dan tiga tahun setelah pelaksanaan IPO dengan cara memainkan komponen-komponen *accruals*. Niken dan Silvya (2009) juga menemukan indikasi bahwa tindakan manajemen laba dilakukan perusahaan pada saat sebelum IPO. Temuan ini sejalan dengan Gumanti (2001); Setiawati (2002); Ihalauw dan Afni (2002); dan bertentangan dengan temuan Tiono (2004), bahwa *earnings management* pada periode satu tahun setelah IPO tidak terbukti adanya kebijakan *earnings management*.

Penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2009) juga menemukan hasil bahwa indikasi *earnings management* tidak terbukti dilakukan oleh manajemen pada periode sebelum maupun sesudah *go public*. Banyak dari penelitian terkini mengungkapkan bahwa *earning management* pada menjelang dan pasca IPO tergantung pada metode pengukuran yang dipakai dan keandalan kesimpulan statistik adalah berbeda antara satu metode dengan metode lainnya.

Maka, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H1 : Perusahaan yang melaksanakan IPO terindikasi melakukan *earnings management* sebelum pelaksanaan IPO melalui komponen *discretionary accruals*.**

**H2 : Perusahaan yang melaksanakan IPO terindikasi melakukan *earnings management* setelah pelaksanaan IPO melalui komponen *discretionary accruals*.**